

---

# Complexité du nationalisme numérique en Chine

**Séverine Arsène**

Traducteur : Marie-Paule Chamayou

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/perspectiveschinoises/11181>

ISSN : 1996-4609

**Éditeur**

Centre d'étude français sur la Chine contemporaine

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 juin 2020

Pagination : 59-63

ISSN : 1021-9013

**Référence électronique**

Séverine Arsène, « **Complexité du nationalisme numérique en Chine** », *Perspectives chinoises*  
[En ligne], 2020-2 | 2020, mis en ligne le 01 juin 2020, consulté le 06 juillet 2020. URL : <http://journals.openedition.org/perspectiveschinoises/11181>

---

Ce document a été généré automatiquement le 6 juillet 2020.

© Tous droits réservés

---

# Complexité du nationalisme numérique en Chine

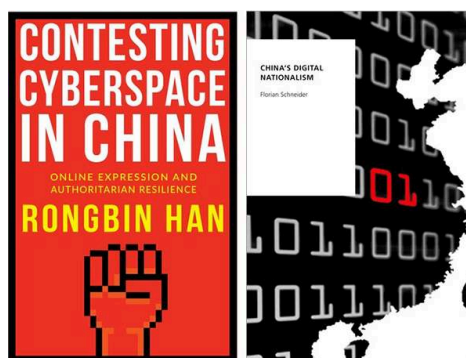
Séverine Arsène

Traduction : Marie-Paule Chamayou

---

SCHNEIDER, Florian. 2018. *China's Digital Nationalism*. Oxford : Oxford University Press.  
HAN, Rongbin. 2018. *Contesting Cyberspace in China*. New York : Columbia University Press.

- 1 Fin avril 1999, des pirates



informatiques chinois ont détourné plusieurs sites du gouvernement des États-Unis et remplacé leurs pages d'accueil par des messages tels que : « Non aux actes nazis des États-Unis ! », « Non à la violence de l'OTAN ! » En pleine guerre du Kosovo, il s'agissait d'exercer des représailles contre les forces de l'OTAN qui avaient accidentellement bombardé l'ambassade de Chine à Belgrade. En juillet 2006, suite à une controverse sur le traitement des pseudonymes de joueurs antijaponais, des utilisateurs du jeu en ligne *Fantasy Westward Journey* ont organisé une manifestation à l'intérieur du jeu, mobilisant dans un même espace plus de 80 000 joueurs qui scandaient virtuellement des slogans provocateurs. Le sentiment antijaponais s'est largement répandu à partir des manifestations de 2005 contre la demande d'accession du Japon à un siège permanent au Conseil de sécurité des Nations unies. Alors en plein essor, l'écosystème de l'Internet a contribué à faire descendre les gens dans la rue, en particulier via des forums aux accents nationalistes comme le *Forum Nation Forte* (*Qiangguo luntan* 强国论坛).

- 2 Depuis les tout premiers balbutiements de l'Internet en Chine, le nationalisme a toujours été un élément prédominant de cet écosystème (Wu 2007). Ces événements ont longtemps constitué une énigme théorique puisqu'ils contredisent en partie l'optimisme initial saluant l'émergence en ligne d'une société civile mue par des considérations démocratiques (Yang 2003 ; Lagerkvist 2005). À vrai dire, ils révèlent surtout que le cyberspace chinois est complexe et conflictuel, tout comme n'importe quel autre cyberspace dans le monde.
- 3 Deux ouvrages de 2018 respectivement publiés par Han Rongbin et Florian Schneider ouvrent de nouvelles perspectives empiriques et théoriques sur la question du nationalisme en ligne et jettent un éclairage utile sur les idéologies, les aspirations et les normes en concurrence dans l'Internet chinois. Leurs approches théoriques et méthodologiques du sujet sont très différentes.

## Aperçu général

- 4 Si le nationalisme n'est pas le thème central du livre de Han Rongbin, *Contesting Cyberspace in China* (*Le cyberspace de la contestation en*

*Chine*), il occupe néanmoins plusieurs chapitres et constitue l'un des points les plus intéressants et les plus originaux de son étude.

- 5 Han Rongbin s'inscrit en faux contre la conceptualisation d'un Internet politique opposant société civile et État, une vision manichéenne qui a souvent prévalu dans la littérature des années 2000. Il propose plutôt d'aborder la question sous l'angle d'une « concurrence entre les discours » et entreprend de démêler l'écheveau des institutions et des acteurs qui façonnent les discours en ligne.
- 6 Ce faisant, il se situe dans la lignée de précédents ouvrages soulignant les mérites d'une approche interactionniste pour comprendre les logiques complexes à l'œuvre dans le déploiement des discours en ligne (Yang 2009). Ces médias officiels ont de toute évidence perdu leur monopole sur le débat public, tandis que la sphère publique abrite un jeu de normes plus diversifié qu'avant l'Internet (Lagerkvist 2010) ; les chercheurs, quant à eux, ont très tôt soutenu qu'il s'agissait plus d'une libéralisation que d'une démocratisation (Zheng 2008), et que les logiques de cadrage (*framing*) de l'information impliquaient que les normes nationalistes encouragées par l'État ne pourraient que prévaloir aussi en ligne (Arsène 2011). La critique du paradigme « État contre société » semble donc un argument fallacieux. L'auteur revient régulièrement sur la nécessité de s'affranchir des illusions liées à la théorie de la « résilience », ce qui montre que ce paradigme reste en fait central dans l'ouvrage, au risque de passer à côté de nouvelles perspectives.
- 7 Dix ans après ces publications, l'ouvrage de Han Rongbin constitue néanmoins une actualisation bienvenue. Le paysage s'est en effet transformé avec l'arrivée de nouvelles institutions, des géants du secteur, des millions d'utilisateurs accédant désormais à l'Internet depuis leur téléphone portable, et des dirigeants bien plus avertis et soucieux d'exercer leur contrôle. Il s'agit là d'un ouvrage de référence clair, agréable à lire et à jour sur ces thématiques, faisant la part belle aux forums (*Bulletin Board System*, BBS) et aux commentaires. Les plateformes existent depuis une vingtaine d'années maintenant, mais n'en demeurent pas moins des lieux d'expression du débat public très dynamiques. Han Rongbin s'appuie sur soixante entretiens en ligne et hors ligne avec des participants et des modérateurs, ainsi que sur une ethnographie en ligne.
- 8 Le livre de Florian Schneider, *China's Digital Nationalism* (*Le nationalisme numérique en Chine*), s'intéresse plus directement aux contenus nationalistes publiés en ligne. Il ancre la discussion dans un cadre plus théorique, avec l'ambition de proposer une étude de cas pertinente qui dépasse le seul contexte chinois, et de contribuer à la littérature scientifique en fournissant un aperçu de l'impact du numérique sur le nationalisme. Ainsi, le second chapitre est entièrement consacré à une discussion théorique sur le nationalisme, conceptualisé ici en tant que « technologie politique », résultat d'« un long processus de construction, d'innovation et de négociation, piloté

dans une large mesure par les élites dans la poursuite de leurs propres intérêts » (p. 32). La formation du nationalisme relève avant tout d'un processus discursif dans lequel les émotions, les perceptions et la psychologie jouent un rôle primordial dans la construction identitaire des personnes ; ce qui explique la place décisive de la communication numérique.

- 9 Florian Schneider s'intéresse en particulier à deux cas représentant deux facettes caractéristiques du nationalisme chinois : la mémoire du massacre de Nankin et le débat autour des îles Diaoyu, sujet brûlant depuis 2012. Florian Schneider applique des méthodes tant qualitatives (analyse des contenus des sites internet et plateformes les plus fréquentés, et entretiens avec des chercheurs et des acteurs du secteur) que quantitatives (exploration des thèmes et visualisation des réseaux).
- 10 Les chapitres sont organisés autour d'études de cas impliquant des modalités différentes de collecte et d'analyse des données. L'ouvrage se lit comme un voyage à travers l'ensemble des plateformes et des filtres qui façonnent l'information mise à disposition des internautes chinois concernant le massacre de Nankin et les îles Diaoyu. Il illustre un recours croissant à des méthodes numériques pour fournir des mesures objectives et quantifiées des phénomènes sociaux, tout en recoupant l'information ainsi obtenue avec les apports qualitatifs fournis par les entretiens et l'analyse de contenus.
- 11 Se fondant sur des matériaux et des méthodes différents, les deux ouvrages traitent chacun à leur façon des effets de la censure sur l'élaboration d'un discours nationaliste en ligne, et montrent en quoi cette élaboration est étroitement liée à l'économie politique de l'Internet, aux biais commerciaux des plateformes et aux choix de conception de celles-ci. Ils étudient également tous deux des exemples de controverses en ligne, où le contenu généré par les utilisateurs offre un aperçu de la psychologie, de l'identité collective et des interactions sociales des internautes nationalistes en Chine. En d'autres termes, les deux ouvrages évitent l'écueil d'une vision simpliste et moralisatrice du nationalisme pour proposer des perspectives théoriques très utiles à une compréhension contextualisée de ce phénomène.

## Structures : l'économie politique du nationalisme

- 12 Nul doute que la censure à l'œuvre dans l'Internet chinois ne laisse que peu d'espace pour une expression qui s'écarterait des positions officielles. Les deux ouvrages s'intéressent à la structure institutionnelle encadrant l'expression du sentiment populaire, y compris le nationalisme. Ils abordent plusieurs des principales étapes du déploiement de la Grande Muraille électronique, aussi bien au niveau technologique que réglementaire et institutionnel, et traitent

notamment du Système de noms réels (*Shi ming zhi* 实名制) et de la réorganisation de l'Administration du cyberspace chinois.

- 13 L'État délègue le contrôle aux fournisseurs d'accès Internet en leur confiant la modération du contenu généré par les utilisateurs. Ces entreprises se voient ainsi dans la situation délicate de devoir apprécier quel contenu franchit la ligne rouge, et mettre en place des sanctions qui peuvent aller de la réduction de la visibilité d'un commentaire jusqu'à son retrait, voire jusqu'à la suppression du compte de l'utilisateur. En d'autres termes, les fournisseurs d'accès Internet se retrouvent dans une position inconfortable « entre la ligne du Parti et celle du profit » (Jiang 2012, citant Zhao 1998), d'où des variations d'une plateforme à l'autre quant aux contenus censurés et au moment où ils le sont (MacKinnon 2009).
- 14 Han Rongbin (chapitre 3) montre combien les entreprises sont confrontées à un constant exercice d'équilibriste tant leurs profits dépendent de leur capacité à favoriser des discussions animées. Certaines adoptent une « obéissance mécontente » (*discontented compliance*) (p. 55), avec des stratégies de grogne, de ralentissement, de boycott technique, d'activisme managérial (lobbying auprès des autorités) et même de « disparition puis résurrection » (p. 69). La réussite de ces stratégies dépend bien entendu de la taille et de l'affiliation de ces sociétés, les portails commerciaux les plus grands étant particulièrement surveillés, tout en possédant par ailleurs un plus grand pouvoir de négociation.
- 15 Héberger des contenus nationalistes s'avère ainsi être un moyen facile de produire des débats animés (voire enflammés) et d'attirer du public tout en minimisant le risque politique. Florian Schneider aborde la question dans le dernier chapitre de son livre. Il suggère que l'« architecture de réseau [...] profite aux élites politiques et commerciales de Chine tout en satisfaisant certaines demandes d'utilisateurs, mais [qu']elle crée également une écologie des médias propice au nationalisme » (p. 192), même s'il note que d'autres types de récits émergent encore à l'occasion.
- 16 Au-delà de la simple application des directives de censure, le discours nationaliste est également façonné par les politiques d'entreprise, quoique de façon plus prosaïque. Ainsi, au chapitre 3, Schneider compare les résultats fournis par les moteurs de recherche de Baidu (百度), Good Search (好搜 par Qihoo 360 奇虎360, connu maintenant sous le nom de So搜), Sogou (搜狗), ChinaSo (中国搜索) et Google. Chacun des résultats de recherche manifeste des biais de sélection, tels que la censure et l'autopromotion. Le moteur de recherche public ChinaSo fait la promotion de son propre contenu affilié pour 60 % des requêtes, là où tous les moteurs de recherche commerciaux chinois font de même dans 30 à 39 % des cas. Ces plateformes ne pouvant publier que des contenus approuvés par l'État quand il s'agit de thèmes comme le massacre de Nankin et les îles Diaoyu, l'autopromotion appauvrit donc bien la diversité des perspectives offertes. Google promeut ses propres

contenus affiliés pour environ 4 % des requêtes alors qu'il fait remonter des matériaux produits par le parti-État chinois dans 18 % des cas, ce qui reflète la façon organique dont les sources d'information émergent de l'écosystème sinophone en ligne et font autorité. Schneider montre également l'impact de « biais ordinaires », tels que l'affichage automatique d'informations météorologiques ou touristiques sur les îles Diaoyu alors même que personne ne peut s'y rendre.

## Caractéristiques classiques et nouvelles de la propagande

- 17 L'encadrement du nationalisme en ligne passe également par la publication de contenus parrainés par l'État. Schneider a recensé les 19 sites internet les plus visibles (au regard des résultats de recherche) dédiés au massacre de Nankin et aux îles Diaoyu, et en est arrivé à la conclusion que ces sites utilisent des modèles de publication directement importés des médias traditionnels. Tout d'abord et contrairement aux attentes, ils « ne sont reliés à aucun réseau thématique digne de ce nom » (chapitre 4, p. 95). En d'autres termes, ils ne renvoient pas les uns vers les autres. Ils semblent plutôt conserver une logique traditionnelle de mass-média avec très peu d'interactivité ou de liens vers les sources d'information, ce qui va à l'encontre de la culture du « vérifiez par vous-même » caractéristique de l'Internet.
- 18 En matière de contenus (chapitre 5), ces sites internet majoritairement institutionnels sont enclins à déployer un modèle de communication à sens unique ne favorisant ni l'échange ni l'examen critique des données. Des sites dédiés au massacre de Nankin, tels que le site internet du Mémorial du massacre de Nankin (*Qin Hua Rijun Nanjing da tusha yunan tongbao jinianguan* 侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆) et le site commémoratif *N'oublions jamais* (*Yong bu wangque* 永不忘却) hébergé par Sina.com, ont tendance à fonctionner comme des sanctuaires où prédominent un vocabulaire et une imagerie émotionnels. Les sites internet consacrés aux îles Diaoyu (chapitre 6) privilégient une stratégie consistant à « mesurer, compter et nommer » (p. 138), autant d'actes performatifs qui visent à construire une souveraineté.
- 19 C'est la même logique qui prévaut dans la production de contenus sur le massacre de Nankin dans des encyclopédies participatives comme Baidu Baike 百度百科 ou Hudong 互动百科 (chapitre 5). Toutes les encyclopédies hébergées en Chine possèdent un niveau éditorial supplémentaire animé par des salariés de la plateforme, à la différence de Wikipédia qui est entièrement écrite et révisée par des utilisateurs volontaires (Liao 2015). En regard des autres services hébergés en Chine, le Wikipédia chinois propose l'entrée la plus longue et la plus référencée sur le massacre de Nankin. Il s'agit d'une mosaïque de contributions produisant un discours tantôt académique, tantôt

informel, dont les parties se contredisent entre elles, ce qui fait ressortir la nécessité de prendre en compte des perspectives différentes. À titre de comparaison, les encyclopédies chinoises présentent une version des faits beaucoup plus simple, révisée et ne semblant susciter aucune controverse, avec peu d'attention portée aux sources ou à l'éthique rédactionnelle (Baidu et Hudong se copient mutuellement ainsi que Wikipédia).

- 20 Schneider montre qu'un sujet aussi brûlant que les îles Diaoyu donne naissance à une grande diversité de sites internet, certains administrés par des groupes de volontaires (favorables à la Chine) et par diverses organisations pro-Pékin à Hong Kong. Les îles Diaoyu constituent également un thème privilégié des sites militaires à vocation commerciale. Ces sites internet ont tendance à reprendre le discours officiel, mais aussi à réapproprier ce contenu de façon peu orthodoxe en incorporant ses éléments les moins policés. Ainsi, certains d'entre eux présentent des traits misogynes, tant par le langage utilisé que par les annonces suggestives qui sont publiées. Florian Schneider émet l'hypothèse que leur dynamique commerciale encourage à présenter la question en termes nationalistes et misogynes, un procédé davantage susceptible d'attirer un public spécifique. Autrement dit, le nationalisme a été « marchandisé » (chapitre 6, p. 159).
- 21 L'examen approfondi réalisé par Florian Schneider montre les faiblesses évidentes des contenus commerciaux parrainés et approuvés par l'État. Ces contenus sont restés bloqués dans les formats de publication du <sup>xx</sup>e siècle et ignorent tout des pratiques de référencement et de renvoi par lien habituelles sur Internet ; favorisant en outre une expression misogyne, agressive et émotionnelle, ils manquent de crédibilité et d'attrait. L'étendue de la censure et les biais des contrôleurs d'accès à l'information en ligne confèrent une position dominante à ces contenus, et il faut souvent creuser dans les résultats de recherche et lire entre les lignes des commentaires pour trouver l'expression d'une plus grande diversité.
- 22 Néanmoins, le corpus choisi par Schneider ne lui permet pas de rendre compte de manière satisfaisante des nouvelles stratégies élaborées par les services de propagande pour moderniser leur communication et toucher la corde sensible des jeunes générations.
- 23 Tout d'abord, il est apparu très tôt que l'État rémunérerait des commentateurs pour mettre en œuvre une stratégie de relations publiques classique consistant à inonder les plateformes en ligne de commentaires positifs dont les auteurs se font passer pour des utilisateurs habituels, ce que les professionnels de la communication appellent « astroturfing » (Bandurski 2008). Leurs billets sont aisément reconnaissables : ils ont tendance à reprendre les mêmes expressions et se font souvent fustiger pour leur soutien à la propagande gouvernementale.
- 24 Dans son chapitre 5, Han Rongbin va plus loin et déterre des directives de propagande et des sites internet institutionnels exposant sans



complexe cette stratégie. Les trolls parrainés par l'État sont nés d'initiatives locales qui ont essaimé à travers le pays. Aujourd'hui, des organisations nationales telles que la Ligue de la jeunesse communiste chinoise leur viennent en renfort. Cette dernière a la capacité de recruter en grand nombre des commentateurs à l'échelle nationale, notamment dans les universités, mobilisés par vagues entières en temps de crise ou pour aider à diffuser et clarifier les politiques de l'État.

- 25 Han Rongbin montre que le faible niveau de rémunération (on les appelle sarcastiquement « l'Armée à 50 centimes », *Wu mao dang* 五毛党) et de formation pointe vers de faibles attentes. Les auteurs de billets se lancent rarement dans des échanges approfondis avec d'autres utilisateurs et se contentent de répéter des éléments de langage rabâchés que plus personne ne prend vraiment au sérieux. Voilà qui semble contreproductif. Néanmoins, comme l'ont relevé d'autres chercheurs, le principal objectif pourrait simplement être de détourner ou repousser les lecteurs plutôt que de les convaincre (King, Pan et Roberts 2016). Le fait est que malgré l'apparente maladresse de la stratégie, des éléments de langage de la propagande chinoise se fraient un chemin à travers l'Internet mondial (Roberts 2018, chapitre 6). Car au-delà de la désinformation populaire orchestrée, la propagande chinoise a développé tout un ensemble de stratégies sophistiquées.
- 26 Les années passant, l'appareil de propagande chinois a fini par reconnaître l'importance d'un mode de communication qui interpelle la jeune génération en ligne. De fait, Han Rongbin montre dans son chapitre 4 comment la culture populaire est devenue vecteur d'activisme sur un ton suffisamment ludique pour ne pouvoir être aisément qualifié de politique ou d'apolitique, échappant ainsi plus facilement à la censure.
- 27 Conscients de la situation, la Ligue de la jeunesse communiste chinoise (*Gongchanzhuyi qingnian tuan* 共产主义青年团) et les principaux organes d'information tels que *Le Quotidien du Peuple* (*Renmin ribao* 人民日报) ont élaboré des moyens susceptibles de tirer parti de la culture et des divertissements populaires à des fins nationalistes. Ainsi, l'industrie du jeu vidéo a été sollicitée pour produire, avec des résultats mitigés, des jeux mettant en scène des événements historiques comme la « guerre de résistance contre le Japon » (Nie 2013). Plus récemment, la montée en puissance du culte de la personnalité du président Xi Jinping a également donné lieu à la production de contenus culturels populaires tels que des chants, des bandes dessinées et des films d'animation (Chang et Ren 2018). Les internautes ont répliqué par des contenus satiriques, y compris un même comparant Xi Jinping à Winnie l'ourson qui a fini par être supprimé de certaines plateformes.
- 28 D'autres études de cas montrent comment les services de propagande et les organes d'information officiels se sont tournés vers Weibo pour diffuser un discours plus empathique et créer un sentiment d'appartenance (Li 2015).

- 29 Les réactions sarcastiques et parfois agressives du public chinois face aux contenus nationalistes promus par l'État complexifient la compréhension des origines du nationalisme en ligne en Chine. En effet, il devient plus difficile de supposer que les internautes chinois sont simplement manipulés par la propagande. Et l'émergence manifeste d'un nationalisme en ligne spontané et non parrainé par l'État complexifie encore un peu plus le tableau.

## Identité collective et culture populaire

- 30 Le chapitre le plus intéressant de l'ouvrage de Han Rongbin est probablement celui consacré à « l'Armée à 50 centimes bénévole », ces commentateurs de l'Internet qui ne sont pas rémunérés pour leurs contributions en faveur du régime (chapitre 7, p. 152). L'auteur les a d'abord trouvés sur des forums de discussion militaires, mais montre qu'ils migrent progressivement vers des forums de discussion couvrant des thèmes plus généraux.
- 31 Han Rongbin explique que leur stratégie consiste souvent à montrer les défauts de logique des critiques du régime. Des erreurs factuelles par la presse internationale, comme l'usage d'une photographie du Népal par CNN pour illustrer un article sur des émeutes à Lhassa en 2008, sont minutieusement examinées pour en faire des preuves supplémentaires de l'absence de fiabilité des partisans de la démocratie. Les « 50-centimes bénévoles » peuvent même aller jusqu'à fabriquer de fausses informations de toutes pièces pour « harponner » des victimes qui disséminent alors des critiques infondées, et seront ensuite dénoncées pour leur crédulité. Ils revendiquent une rationalité supérieure ne pouvant être biaisée par l'émotion et cette revendication devient partie intégrante de leur identité collective.
- 32 Cette rhétorique a été d'autant plus efficace que les trolls parrainés par l'État ne sont pas les seuls acteurs pratiquant l'astroturfing (chapitre 6). Les partisans de la démocratie ont aussi eu à recourir à des stratégies de guérilla pour atteindre le public chinois, par exemple en faisant remonter le positionnement de certains thèmes dans les portails. Des groupes tels que le Falungong (法轮功) ont procédé à des campagnes d'emails (autrement dit des spams) aux images et propos exagérés, et lancé des attaques personnelles contre les dirigeants. Comme l'indique Han Rongbin, ces tactiques sont les « armes des faibles » en l'absence de plateformes plus ouvertes et régulées où s'exprimer. Néanmoins, elles préparent ainsi le terrain des théories du complot qui en retour encouragent le nationalisme.
- 33 Les pratiques des 50-centimes bénévoles divergent à plus d'un titre des stratégies parrainées par l'État. Ils sont actifs dans des forums de plus petite taille, y compris hors de Chine ; ils se lancent dans des débats avec d'autres internautes et créent des contenus viraux ; allant parfois même jusqu'à discuter des mérites et des erreurs des dirigeants avec un langage traditionnellement adopté par les dissidents. Ce faisant, ces

bénévoles sont plus difficiles à contrôler par le système de propagande, alors même qu'ils sont devenus l'un de ses plus grands alliés.

- 34 De fait, les investigations de Han Rongbin dans le monde de l'Armée à 50 centimes bénévole font écho à des recherches réalisées précédemment sur le nationalisme en Chine. Ces recherches étaient elles aussi arrivées à la conclusion qu'il ne s'agit pas là d'un phénomène toujours simple et unilatéral. Ainsi, les manifestations antijaponaises de 2006 étaient souvent spontanées, avec des participants sensiblement éloignés de la propagande officielle (Liu 2006). Une autre étude menée sur des commentaires nationalistes de Weibo a montré que les internautes nationalistes pouvaient difficilement être qualifiés de soutiens au régime (Zhang, Liu et Wen 2018). Plus récemment, l'ouvrage publié par Liu Hailong (2019) démêle un peu plus l'écheveau de la dynamique des groupes de fans et de la construction identitaire liées aux activités nationalistes en ligne.
- 35 Force est de constater que ces mouvements nationalistes donnent du fil à retordre au parti-État. D'un côté, ils bénéficient souvent du soutien ou ne subissent du moins que peu d'interférences de la part de l'État, malgré la violence de certains appels à l'action. Ils sont ainsi susceptibles de servir de levier à la diplomatie chinoise dans la mesure où les autorités peuvent invoquer la nécessité de répondre au sentiment populaire (Wu 2007). D'un autre côté, les autorités ont dû régulièrement intervenir en renforçant la censure pour protéger leurs relations diplomatiques et maintenir l'ordre public.
- 36 Cette relation complexe, comme Florian Schneider le montre au chapitre 7, est souvent marquée par des significations négociées. L'auteur étudie des commentaires publiés par quelques-uns des leaders d'opinion les plus influents de Weibo pendant la crise des îles Diaoyu et fait remarquer que nombre d'entre eux ont traversé la crise en limitant leurs commentaires sur le sujet à de simples « retweets » ou à des billets insignifiants, ou en recourant à un langage ambigu et quelque peu ironique.
- 37 Schneider montre que la configuration de la plateforme a son importance. La plus ou moins grande visibilité, l'objectif visé par le forum et le profil des personnes qui le peuplent contribuent à façonner ce qui est perçu comme le discours admis (voir également Arsène 2011, chapitre 6). Paradoxalement, l'avènement de WeChat (*Weixin* 微信), une plateforme de messagerie instantanée plus privée lancée en 2011, ne facilite pas nécessairement la négociation du sens dans la mesure où les utilisateurs interagissent avec leur famille, leurs amis ou leurs collègues, donc des personnes qu'ils connaissent déjà et avec lesquelles ils doivent respecter certaines normes d'interaction. « De fait, les cercles familiers et amicaux encouragent un discours responsable, civilisé et de bon goût » (p. 192). Nous savons par ailleurs que la plateforme censure lourdement les contenus, y compris les conversations privées (Ng *et al.* 2016). On pourrait sans doute ajouter que le contexte compte aussi. En temps de crise, les lignes ont tendance

à bouger de manière imprévisible, comme le montre l'épidémie de coronavirus, avec des internautes oubliant tout sens patriotique pour critiquer la gestion de la crise par le régime, tandis que les organes de propagande se livrent à une bataille de désinformation pour contester l'origine chinoise du virus<sup>1</sup>.

## Brutalisation du débat public

- 38 Partant de terrains et de méthodes différents, les deux auteurs n'en arrivent pas moins aux mêmes conclusions. La censure, la manipulation et la polarisation généralisées de l'espace public à l'œuvre dans le cyberspace chinois signifient que toute la sphère publique souffre d'un manque de crédibilité et est hostile à toute forme de débat constructif, un phénomène s'apparentant à la « brutalisation du débat public » conceptualisée par Badouard (2018).
- 39 Han Rongbin montre comment une logique du « nous contre eux » prévaut dans la guerre d'étiquetage que se livrent les 50-centimes bénévoles et les activistes pro-démocratie (« 50 centimes » 五毛 contre « pussies » 普世 pour *pushi*, universalisme). Et de conclure : « L'expression en ligne a réussi davantage à délégitimer le régime qu'à diffuser des normes civiques et démocratiques » (p. 190).
- 40 Florian Schneider conclut également son ouvrage par une réflexion sur la destruction des valeurs démocratiques en ligne. Se fondant sur Mumford (1964), il soutient que l'Internet chinois est marqué par les *techniques* paternalistes et centralisées du gouvernement, et plus important encore, que ces techniques ne sont pas l'exclusivité des régimes autoritaires. Autrement dit, ce modèle transparaît dès lors que le nationalisme prospère en ligne. Tel est le message fort de ces deux ouvrages. Si ces études de cas ont été menées en Chine, elles portent des implications importantes pour le reste du monde, y compris les régimes démocratiques. C'est une chose de lutter contre la censure, la propagande, la désinformation et la manipulation. C'en est une toute autre que de créer les conditions d'un espace public inclusif, pacifique et constructif.

---

## BIBLIOGRAPHIE

ARSENE, Séverine. 2011. *Internet et politique en Chine*. Paris : Karthala.

BADOUARD, Romain. 2018. « Internet et la brutalisation du débat public ». *La Vie des idées* novembre. <http://www.laviedesidees.fr/Internet-et-la-brutalisation-du-debat-public.html> (consulté le 21 mars 2020).

- BANDURSKI, David. 2008. « China's Guerrilla War for the Web ». *Far Eastern Economic Review* juillet : 41-4.
- CHANG, Jiang, et Hailong REN. 2018. « The Powerful Image and the Imagination of Power: The "New Visual Turn" of the CPC's Propaganda Strategy since its 18<sup>th</sup> National Congress in 2012 ». *Asian Journal of Communication* 28 (1) : 1-19.
- HUANG, Zhao Alexandre, et Rui WANG. 2019. « Building a Network to "Tell China Stories Well": Chinese Diplomatic Communication Strategies on Twitter ». *International Journal of Communication* 13 : 24.
- JIANG, Min. 2012. « Internet Companies in China: Dancing between the Party Line and the Bottom Line ». *Asie Visions*. Paris : IFRI. <https://www.ifri.org/en/publications/enotes/asie-visions/internet-companies-china-dancing-between-party-line-and-bottom-line> (consulté le 20 mars 2020).
- KING, Gary, Jennifer PAN, et Margaret E. ROBERTS. 2017. « How the Chinese Government Fabricates Social Media Posts for Strategic Distraction, Not Engaged Argument ». *American Political Science Review* 111 (3) : 484-501.
- LAGERKVIST, Johan. 2005. « The Rise of Online Public Opinion in the People's Republic of China ». *China: An International Journal* 3 (1) : 119-30.
- LAGERKVIST, Johan. 2010. *After the Internet, Before Democracy: Competing Norms in Chinese Media and Society*. Berlin : Peter Lang.
- LI, Angela Ke. 2015. « Vers une méthode plus proactive : le contrôle de l'opinion publique sur les microblogs chinois sous la nouvelle présidence de Xi Jinping ». *Perspectives chinoises* 4 (133) : 15-24.
- LIAO, Han-Teng. 2015. « Le "filtrage collaboratif" comme *gatekeeping* : une comparaison de Baidu Baike et de Wikipédia en chinois ». *Perspectives chinoises* 4 (133) : 37-52.
- LIU, Hailong (éd.). 2019. *From Cyber-Nationalism to Fandom Nationalism: The Case of Diba Expedition In China*. Londres : Routledge.
- LIU, Shih-Diing. 2006. « China's Popular Nationalism on the Internet. Report on the 2005 Anti-Japan Network Struggles ». *Inter-Asia Cultural Studies* 7 (1) : 144-55.
- MACKINNON, Rebecca. 2009. « China's Censorship 2.0: How Companies Censor Bloggers ». *First Monday* 14 (2). <http://firstmonday.org/article/view/2378/2089> (consulté le 20 mars 2020).
- MUMFORD, Lewis. 1964. « Authoritarian and Democratic Technics ». *Technology and Culture* 5 (1) : 1-8.
- NG, Jason Q., Jeffrey KNOCKEL, Lotus RUAN, et Masashi CRETE-NISHIHATA. 2016. « One App, Two Systems: How WeChat Uses One Censorship Policy in China and Another Internationally ». *The Citizen Lab*, 30 novembre 2016. <https://citizenlab.ca/2016/11/wechat-china-censorship-one-app-two-systems> (consulté le 21 mars 2020).
- NIE, Hongping Annie. 2013. « Gaming, Nationalism, and Ideological Work in Contemporary China: Online Games Based on the War of Resistance against Japan ». *Journal of Contemporary China* 22 (81) : 499-517.

- ROBERTS, Margaret E. 2018. *Censored: Distraction and Diversion Inside China's Great Firewall*. Princeton : Princeton University Press.
- WU, Xu. 2007. *Chinese Cyber Nationalism : Evolution, Characteristics, and Implications*. Lanham : Lexington Books.
- YANG, Guobin. 2003. « The Co-Evolution of the Internet and Civil Society in China ». *Asian Survey* 43 (3) : 405-22.
- YANG, Guobin. 2009. *The Power of the Internet in China: Citizen Activism Online*. New York : Columbia University Press.
- ZHANG, Yinxian, Jiajun LIU, et Ji-Rong WEN. 2018. « Nationalism on Weibo: Towards a Multifaceted Understanding of Chinese Nationalism ». *The China Quarterly* 235 : 758-83.
- ZHAO, Yuezhi. 1998. *Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line*. Urbana : University of Illinois Press.
- ZHENG, Yongnian. 2008. *Technological Empowerment: the Internet, State, and Society in China*. Stanford : Stanford University Press.

## NOTES

1. Li Yuan, « Coronavirus Weakens China's Powerful Propaganda Machine », *The New York Times*, 26 février 2020, <https://www.nytimes.com/2020/02/26/business/china-coronavirus-propaganda.html> (consulté le 15 avril 2020).

---

## INDEX

**Mots-clés** : Chine, numérique, internet, réseaux sociaux, nationalisme, 50-cents, propagande

## AUTEURS

### SÉVERINE ARSÈNE

Séverine Arsène est chercheuse associée au Médialab de Sciences Po Paris.  
27 Rue Saint Guillaume, 75337 Paris Cedex 07,  
France.severine.arsene@sciencespo.fr